

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang akan dicapai maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan. *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data yang sama. Dalam pelaksanaannya, *explanatory research* menggunakan metode penelitian survey, pendekatan survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.¹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, maka lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah pada BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah

¹Singarimbun dan Effendi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES, 1995), 03.

Gresik yang berlokasi di Jln. Raya Bungah Km. 17 Bungah Gresik. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan 23 April – 23 Mei 2013.

C. Obyek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah pembiayaan *muḍarabah* di BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode penentuan sampel dari populasi yang ada dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling purposive* yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴ Dalam penelitian ini peneliti hanya akan mempertimbangkan untuk memberikan kuesioner pada nasabah pembiayaan *muḍarabah*.

²Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung : Cv Alfabeta, 2010), 73.

³Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Cv Alfabeta, Cet. 15, 2003), 74.

⁴ *Ibid.*, 85.

Adapun jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini, berdasarkan pendapat Maholtra dalam buku “Motodologi Riset Pemasaran” bahwa jumlah pengamatan (ukuran sampel) paling sedikit digunakan harus empat kali banyaknya item dari variabel yang diamati.⁵ Berdasarkan pendapat Maholtra, banyaknya item yang digunakan dalam penelitian ini adalah $20 \times 5 = 100$, oleh karena itu peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden

D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian terdapat dua variabel, adapun pengertian pada masing-masing variabel ini adalah :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain yakni variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Strategi *word of mouth* (X) yaitu *word of mouth* merupakan pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul-betul mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka.

Adapun indikator-indikator yang digunakan penelitian ini adalah :

⁵Asnawi dan Masyhuri, *Merodologi Riset Pemasaran*, (Malang: Uin Mailiki Press, 2011),143.

- *Talker* yaitu orang yang memberikan informasi mengenai produk. *Talker* bisa saja konsumen atau pelanggan lain, kerabat, komunitas yang memiliki minat tertentu, maupun professional.
- *Topic* yaitu informasi atau topik yang dibicarakan mengenai suatu produk yang berkaitan dengan apa yang akan dibicarakan oleh *talker*.
- *Tools* yaitu alat yang digunakan untuk proses WOM, *tools* berkaitan dengan medium penyebaran dari *topic* oleh *talkers*.
- *Talking part* yaitu partisipasi perusahaan dalam proses WOM, perusahaan terlibat di dalam medium dan percakapan yang tercipta.
- *Tracking* yaitu pengawasan dari perusahaan terhadap proses WOM yang terjadi.

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah (Y) yaitu suatu tindakan nyata yang dilakukan oleh nasabah dalam menetapkan pilihan menggunakan produk *muḍarabah* berdasarkan informasi melalui *word of mouth*.

Tabel 3.1 :
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item	Skala ukur
Word of mouth (X)	<i>Talker</i>	- Kerabat/ tetangga - Pelanggan lain - Komunitas - Professional (lingkungan kerja)	Likert
	<i>Topic</i>	- Bagi hasil produk yang ditawarkan - Pengalaman menguntungkan - Penanganan produk	Likert
	<i>Tools</i>	- Brosur - Telepon	Likert
	<i>Taking part</i>	- Sosialisasi produk - Sesuai dengan kebutuhan	Likert
	<i>Tracking</i>	- Fasilitas dan jaminan resiko yang ditawarkan.	Likert
Keputusan nasabah	Pengenalan masalah	- Jenis masalah - Kebutuhan eksternal	Likert
	Pencarian informasi	- Media massa - Kegunaan	Likert
	Evaluasi	- Pertimbangan	Likert
	Keputusan Pembelian	- Motivasi dari keinginan orang lain	Likert
	Perilaku purna jual	- Kepuasan - Rasa bangga	Likert

3. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan pada variabel penelitian adalah jenis skala likert, yang menurut Sugiyono adalah alat ukur

yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.⁶

Penelitian memberikan lima alternatif jawaban kepada responden, maka skala yang digunakan 1 sampai 5. Bobot pemetaan adalah sebagai berikut:

- a) Skala 5 = Sangat Setuju
- b) Skala 4 = Setuju
- c) Skala 3 = Netral/Ragu-ragu
- d) Skala 2 = Tidak Setuju
- e) Skala 1 = Sangat Tidak Setuju

E. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan pondasi utama untuk sepenuhnya proyek penelitian itu ditujukan, hal ini merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁷

Kerangka konseptual ini mengemukakan tentang variabel yang akan diteliti yaitu: *word of mouth* merupakan variabel bebas serta keputusan nasabah

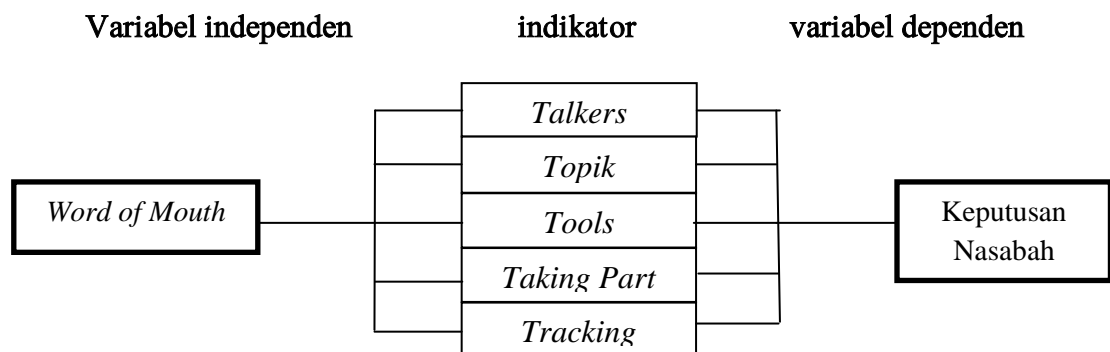
⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 86.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 60.

dalam memilih produk pembiayaan *muḍarabah* di BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah merupakan variabel terikat.

Secara sederhana kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 3.1 :
Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi atau hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel (generalisasi konsep) yang harus diuji kebenarannya melalui penelitian empiris.⁸ Hipotesis menurut Iqbal Hasan adalah pernyataan atau dugaan bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris.⁹ Adapun hipotesis (dugaan sementara) pada penelitian ini yakni :

⁸Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, (Jakarta : PT Malta Printindo, Cet Pertama, 2009), 46.

⁹Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, 31.

Ho : Terdapat pengaruh signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan *muḍarabah* pada BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah.

G. Instrumen penelitian

Instrument penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati.¹⁰ Yang terdiri dari:

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat.¹¹ Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi pokok pengukuran. Pengujian ini akan dilakukan dengan teknik korelasi *produc moment* dari *pearson* dengan rumus Singarimbun sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

R_{xy} : Koefisien korelasi (validitas) item yang dicari

¹⁰Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 146.

¹¹*Ibid.*, 172.

- n : Jumlah sampel/responden
- X : skor responden untuk tiap item
- Y : Total skor tiap responden dari seluruh item
- $\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer versi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 16.00 for windows untuk memperoleh hasil yang terarah dengan kriteria sebagai berikut : Apabila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas, maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat sehingga instrument tersebut dapat dikatakan valid.¹²

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrument yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrument yang digunakan memberikan hasil yang relatif tidak berbeda jika dilakukan kembali pada objek yang sama. Teknik untuk mengukur reliabilitas instrumen dengan menggunakan skala likert dapat menggunakan rumus koefisien reliabilitas hitung, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_b^2} \right]$$

¹²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2010), 239.

keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

α_b^2 : Jumlah butir varian

α_1^2 : Varian total

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikan 0,05 yang artinya instrument dapat dikatakan realibel jika nilai *alpha* lebih besar dari *r* kritis *product moment*. Menurut Sekaran (1992) apabila realibilitas kurang dari 0,6 maka dapat dikatakan realibilitas kurang baik, apabila realibilitas sama dengan 0,7 maka realibilitas dapat diterima, dan apabila realibilitasnya di atas 0,8 maka dapat dikatakan realibilitas baik.¹³

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat diperoleh nilai pemikiran yang tidak bias maupun tidak efesien dari persamaan regresi, maka pelaksanaan analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut :

a. Uji normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal maupun tidak. Uji asumsi ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel dependen, variabel independent atau keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak.

¹³Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta : Mediakom, Cet. III, 2009), 25.

Karena model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.¹⁴

Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram dan *normal probability plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.¹⁵ Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 5% atau 0,05.

b. Uji heteroskedastitas

Salah satu fungsi pada model regresi adalah apabila variabel faktor pengganggu selalu sama pada data pengamatan yang satu ke data pengamatan yang lain.¹⁶ Jika ciri ini dipenuhi, berarti variasi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat *homogedastik*. Jika asumsi tersebut tidak dapat dipenuhi maka dapat dikatakan terjadi penyimpangan. Penyimpangan terhadap faktor pengganggu itu demikian disebut heteroskedastitas.

¹⁴Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Parametric*, (Jakarta : Gramedia, 2010), 212.

¹⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 74.

¹⁶Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), 106.

Uji heteroskedastitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heteroskedastitas. Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil output SPSS dapat dilakukan dengan uji *rank spearman*. Jika tingkat signifikan α 5%, maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

H. Data dan Sumber Data

1. Jenis data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yakni data yang berbentuk angka atau bilangan. Menurut Arikunto, penelitian kuantitatif, sesuai dengan namanya, banyak dituntut angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.¹⁸

Sedangkan tipe data yang digunakan adalah data interval yakni data hasil pengukuran yang dapat diurutkan atas dasar kriteria tertentu. Data

¹⁷Wahana Komputer, *Pengembangan Analisis Multivariate dengan SPSS 12*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2005), 85.

¹⁸Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 12.

interval dapat dilakukan dengan data penjumlahan dan pengurangan.¹⁹

Pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

2. Sumber data

Menurut Arikunto data adalah hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. Atau sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan.²⁰ Data sendiri terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama, atau data diperoleh dari hasil wawancara maupun kuesioner yang telah disebarakan kepada responden.²¹ Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari pegawai bank atau pusat lokasi penelitian dan kuesioner untuk responden, Responden dalam penelitian ini diambil dari nasabah yang telah melakukan pembiayaan *muḍarabah* di BPR Syariah Amanah Sejahtera yakni 100 responden.

b. Sumber Data sekunder

¹⁹Cahya Suryana, "Data dan Jenis Data Penelitian", dalam <http://csuryana.wordpress.com/2010/03/25/data-dan-jenis-data-penelitian/> (16 April 2013)

²⁰Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 96.

²¹Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, 153.

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak dari sumbernya langsung melainkan dari pihak lain yang sudah dioleh.²² Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh diperoleh dari beberapa modul pustaka dari beberapa literatur (buku-buku, surat kabar, internet) yang berkaitan dengan pemasaran *word of mouth* dan keputusan nasabah.

I. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Sutisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis maupun psikologis, dua diantaranya yang paling penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.²³ Pada penelitian ini pengamatan pada BPR Syariah Amanah Sejahtera berfokus pada *word of mouth* pada produk pembiayaan *muḍarabah*.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan dialog oleh pewawancara untuk

²²*Ibid.*, 155.

²³Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, 203.

memperoleh informasi dari terwawancara.²⁴ Hal ini dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai pemahaman responden terkait mengenai pemahaman syariah dan pembiayaan *muḍarabah*.

c. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁵ Dalam hal ini peneliti membagikan angket yang berupa pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dan disebarkan kepada responden secara langsung. Dengan adanya angket tersebut diharapkan mampu memperoleh hasil tanggapan konsumen mengenai pengaruh *word of mouth* dan keputusan konsumen pada penggunaan produk pembiayaan *muḍarabah*

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data sekunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau file, yang digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian.²⁶

²⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 155.

²⁵*Ibid.*, 199

²⁶Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, 104.

J. Teknik Pengolahan Data

Langkah dalam pengolahan data dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Memeriksa (*editing*)

Editing yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.²⁷ Proses memeriksa data yang sudah terkumpul, meliputi kelengkapan isian, keterbacaan tulisan, kejelasan jawaban, relevansi jawaban, keseragaman satuan data yang digunakan, dan sebagainya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan sehingga kelengkapan data harus benar-benar lengkap.

2. Memberi tanda (*coding*)

Kegiatan memberikan kode pada setiap data yang terkumpul di setiap instrumen penelitian. Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan dalam penganalisisan dan penafsiran data.²⁸ Setelah data yang terkumpul lengkap, hal yang selanjutnya dilakukan adalah memberi kode pada setiap instrument data agar dapat memudahkan peneliti untuk menganalisisnya.

3. Tabulasi data

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, 243.

²⁸Diach's An-Nur, "Teknik Pengolahan Data", [Http://Diachs-An-Nur.Blogspot.Com/2012/05/Teknik-Pengolahan-Data.Html](http://Diachs-An-Nur.Blogspot.Com/2012/05/Teknik-Pengolahan-Data.Html) Dikutip Pada (03 Desember 2012).

Merupakan memasukkan data yang sudah dikelompokkan kedalam tabel-tabel agar mudah dipahami. Setelah pemeriksaan kelengkapan data dan pemberian tanda/kode pada data maka langkah selanjutnya adalah mentabulasikan data atau mengelompokkan data pada tabel agar mudah dimengerti.²⁹

K. Teknik Analisis Data

Analisis regresi sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungann fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + bX + e$$

Keterangan :

Y' : keputusan nasabah

a : konstanta

b : koefesien regresi

X : *word of mouth*

e : *error*³⁰

Teknik pengujian regresi sederhana

Langkah-langkah pengujian regresi sederhana :

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, 269.

a. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_i = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan *muḍarabah* di BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah

$H_a : b_i \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan *muḍarabah* di BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah

b. Menentukan *level of significant* (α)

Besarnya tingkat signifikan (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(dk)-(n-k-1)$. Dengan menggunakan pengujian dua sisi diperoleh besarnya t tabel adalah $(\alpha/2;dk)$.

c. Kriteria pengujian

1) Jika tingkat signifikan $\bar{5}\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan *muḍarabah* di BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah.

2) Jika tingkat signifikan $\bar{5}\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan *muḍarabah* di BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah.

